

Тенденции развития мирового туристического рынка

Туризм, зародившись в глубокой древности, долгое время носил исключительно индивидуальный и даже элитарный характер. Массовой формой досуга и социальной потребностью для человечества он стал лишь со второй половины XX века. Росту международных туристических обменов способствовало развитие авиатранспортных перевозок, восстановление разрушенного после Второй мировой войны хозяйства, проведение фундаментальных исследований и внедрение достижений научно-технического прогресса во всех сферах деятельности.

В связи с повышением социально-экономической значимости международного туризма, начиная с 1950 года, стала проводиться официальная регистрация показателей его развития – прибытий и отбытий международных туристов, баланса доходов и расходов по туристической деятельности. Основные сведения о международном туристообмене представлены авторами в таблице 1, где показатели развития туризма сгруппированы в пределах отдельных десятилетий, что позволяет проанализировать ежегодные темпы их прироста.

Таблица 1

Характеристика мирового туристопотока,
1950 – 2005 годы*

Годы	Прибытия международных туристов		Поступления от международного туризма	
	всего, млн чел.	ежегодный прирост, %	всего, млрд \$	ежегодный прирост, %
1950 – 1960	25 – 70	10,7	2,1 – 6,9	12,5
1960 – 1970	70 – 166	9,0	6,9 – 17,9	10,1
1970 – 1980	166 – 288	5,6	17,9 – 106,5	19,1
1980 – 1990	288 – 457	4,7	106,5 – 273,2	10,0
1990 – 2000	457 – 706	4,3	273,2 – 479,2	6,0
2000 – 2005	706 – 808	3,1	479,2 – 682,0	7,5

Бурное развитие международного туризма в 1950 – 1960 – е годы породило термин «туристический бум» и заставило говорить о грядущей «туристической революции». Однако реальная динамика показателей развития туризма в последующем не подтвердила подобных прогнозов, которые основывались на сохранении чрезвычайно высоких темпов роста объёмов международных прибытий.

Проанализировав данные таблицы 1, можно сделать вывод о том, что в развитии мирового туризма чётко прослеживаются несколько основных тенденций.

Во-первых, это тенденция снижения относительных показателей международного туризма при одновременном росте его абсолютных объёмов. Так, например, в 2005 году количество международных прибытий достигло 808 млн, что в 32 раза больше аналогичного показателя за 1950 год, а поступления за один день от международных прибытий в 2005 году практически равняются доходам за весь 1950 год. Вместе с тем, ежегодные темпы роста числа международных прибытий за указанный период времени снизились с 10,7% до 3,1%, а ежегодные темпы роста поступлений от международного туризма сократились с 12,5% до 7,5%.

* Таблица составлена авторами по материалам источников [7; 13-14] и [8].

Необходимо отметить, что данная тенденция является закономерным результатом достижения в короткие сроки высоких абсолютных показателей. Она также обусловлена существующей неравномерностью социально-экономического развития отдельных регионов – так, территориальная структура международного туризма такова, что на промышленно развитые страны, где проживают около 15% населения Земли, приходится около 60% всех прибытий иностранных туристов и 70 – 75% совершаемых в мире зарубежных поездок [1; 92].

Возможности многократного увеличения выездного туризма из экономически развитых стран к настоящему времени уже реализованы, а невысокий по сравнению с ними уровень социально-экономического развития большинства стран мира ещё не позволяет их населению активно участвовать в международном туристическом движении.

Тем не менее, в мире всё большее количество людей вовлекаются в международный туризм и его абсолютные показатели растут. Этому способствуют следующие факторы:

- уменьшается число последовательных дней отпуска, и, в тоже время, увеличивается его частота – это приводит к делению отпуска на части, поэтому один и тот же человек может совершать по несколько краткосрочных поездок в год (особенно актуально это для молодых туристов, которые стремятся проводить таким образом уик-энды);

- увеличивается возрастная группа туристов «третьего возраста», которые имеют время и деньги для туристических поездок, а также необходимый опыт для участия в них (т.к. когда зародился массовый туризм, они были молодыми людьми и с тех пор приобрели привычку путешествовать);

- разрабатываются специальные туроператорские программы, рассчитанные на массовый туризм, за счёт чего достигается снижение стоимости туристических поездок – это побуждает большее количество людей совершать путешествия;

- кроме того, нужно иметь в виду, что один и тот же турист может за одну поездку посетить несколько стран, и каждое новое пересечение им границы будет считаться международным прибытием, - т.е. фактически численность туристов меньше количества прибытий.

Во-вторых, как следует из данных таблицы 1, в течение всего рассматриваемого периода времени поступления от туризма увеличивались более быстрыми темпами, чем количество международных прибытий. Следовательно, следующая тенденция развития международного туризма состоит в том, что темпы роста доходов от туризма выше, чем темпы роста числа международных прибытий. На данный процесс оказывают влияние следующие факторы:

- рост стоимости туристического продукта – в связи с повышением качества услуг и в связи с тем, что сам турпродукт становится всё более изощрённым;

- подорожание рабочей силы в мире, особенно в экономически развитых странах, на которые приходится большая часть международного туристического обмена;

- колебания валютных курсов – Всемирная туристическая организация (UNWTO) отражает поступления от международного туризма в долларах США и в евро. Использование этих валют в качестве базовых денежных единиц позволяет проводить сравнения на макроуровне. Вместе с тем, покупательная сила и доллара, и евро, как и любой другой валюты, подвержена колебаниям, что сказывается на динамике стоимостных показателей туризма. Укрепление или ослабление доллара и евро по отношению к валютам ведущих туристических стран может ускорять или, наоборот, замедлять темпы прироста поступлений от международного туризма;

- инфляция, которая влечёт за собой рост цен на туристические услуги.

Итак, в заключение по анализу данных таблицы 1 можно сделать вывод о двух тенденциях, присущих мировому туристическому рынку:

1. тенденция снижения относительных показателей международного туризма при одновременном росте его абсолютных объёмов;
2. тенденция увеличения темпов роста доходов от международного туризма по сравнению с темпами роста международных туристических прибытий.

Однако если эти тенденции относятся к показателям мирового туристического рынка и учитывают средние темпы его развития, то детальное исследование показателей сферы туризма конкретных дестинаций, стран, субрегионов и макрорегионов показывает, что отдельные туристические рынки разных уровней могут иметь свои собственные тенденции, отличные от общемировых.

В настоящее время специалисты в области туризма выделяют шесть основных макрорегионов мирового туристического рынка, четыре из которых имеют также субрегиональное деление [1; 92-93], [3; 283-286], [6; 90-92]. Распределение туристических рынков по территориальному признаку необходимо для того, чтобы получить представление о масштабности и значении конкретных рыночных отношений в соответствии со спецификой географической местности, в границах которой они возникают и существуют.

Применение признака территориальной обособленности позволяет:

- проанализировать количественные и качественные показатели развития туризма в границах определённой территории;
- исследовать развитие отдельных видов туризма;
- определить наличие предприятий индустрии туризма;
- выявить роль данной территориальной единицы по отношению к другим территориально обособленным туристическим рынкам и т.д.

Следовательно, специфика туристического рынка, рассматриваемого в территориальном аспекте, определяется прежде всего совокупностью природно-географических, экономических, материально-технических, политических, экологических и социально-психологических особенностей конкретного «района». Поэтому каждый территориально обособленный туристический рынок не может быть зафиксирован в пространстве произвольно. Он должен иметь принадлежность к определённой территориальной единице.

В терминологическом отношении согласно территориальной обособленности туристические рынки могут быть следующих видов: микрорайонный (местный), районный, национальный, региональный (макрорегиональный), мировой.

Некоторые исследователи в сфере туризма считают, что бесспорными относительно пространственных границ могут быть только национальный и мировой туристические рынки: первый при этом покрывает территорию каждой отдельной страны, а второй – территории всех государств [5; 112]. Однако на практике, согласно данным UNWTO, при учёте отдельных туристических рынков не всегда рассматриваются именно государства. Так, например, в статистике UNWTO как обособленные туристические рынки представлены такие территориальные единицы (владения), не являющиеся отдельными государствами, как:

- Реюньон (французское владение) в Африке;
- Палестинские территории в Азии (Ближний Восток);
- Бермуды, Кайман (британские владения), Мартиника, Сен-Мартен, Французская Гвиана (французские владения), Пуэрто-Рико (владение США) и мн. др. – в районе Карибского бассейна;
- Американское Самоа, Гуам (владения США), Новая Каледония (владение Франции) и др. – в Океании. Китай, Гонконг, Тайвань и Макао в статистике UNWTO, наоборот, представлены как 4 разных туристических рынка [8].

Поэтому мы считаем, что когда проводится исследование «национального туристического рынка», следует иметь в виду, что это может быть рынок не отдельного

государства, а какой-либо территории (владения), который в статистике UNWTO учитывается обособленно из-за его значимости.

С другой стороны, некоторые страны (независимые государства, которые признаны во всём мире) не представлены в статистике UNWTO [8]. К ним относятся:

- Афганистан в Азии;
- Либерия, Сомали – в Африке и др.

Это означает, что международный туризм в них развит настолько слабо, что не ведётся даже официальная статистика.

Понятие микрорайонного и районного рынков применяется для конкретизации их в национальных границах каждой отдельно взятой страны и отражает типичные для неё территориально-административные единицы. Так, например, в Украине как микрорайонный туристический рынок может рассматриваться территория города Одессы, а как районный – территория Одесской области.

Данные о распределении международного туристопотока по макрорегионам мира представлены в таблице 2.

Таблица 2

Распределение международного туристопотока по макрорегионам мира, 1950 – 2005 годы*

Число прибытий, млн чел.			Макрорегионы	Доля на мировом рынке, %		
1950	1980	2005		1950	1980	2005
16,6	198,1	444,0	Европа	66,4	68,7	54,9
7,4	54,4	133,2	Америка	29,6	18,9	16,5
0,2	20,2	148,3	АТР	0,8	7,0	18,3
0,5	7,2	36,7	Африка	2,0	2,5	4,5
0,2	5,8	38,4	Ближний Восток	0,8	2,0	4,8
0,1	2,3	7,9	Южная Азия	0,4	0,9	1,0
25	288	808,5	Мир в целом	100,0	100,0	100,0

Согласно данным таблицы 2, для всех макрорегионов мира характерна позитивная динамика развития. Тем не менее, темпы роста международных прибытий в них не были одинаковыми.

Ещё в 1980 году в мире было только два крупных туристических макрорегиона – Европа и Америка, которые принимали почти 90% всех международных туристов. В 1990-х годах к ним добавился третий – Азиатско-Тихоокеанский регион (АТР), где темпы роста международных туристических прибытий стали наиболее высокими. В 2002 году АТР вышел на второе место в мире по количеству прибытий, опередив Америку (однако по доходам АТР ещё уступает Америке). В 2005 году на эти три региона приходится всё те же 90% всех мировых туристических прибытий и 95% всех денежных поступлений от международного туризма. Данное обстоятельство указывает на узость мирового туристического рынка и на возможности вовлечения других регионов в международный туристический обмен.

На протяжении всего рассматриваемого периода времени безусловным лидером среди макрорегионов была и остаётся Европа, однако доля её постепенно уменьшается, и в 2005 году составила 54,9% по сравнению с 66,5% в 1950 году.

Относительная потеря доминирующего положения Европы на мировом туристическом рынке объясняется следующими факторами:

- отдельные страны, в частности на юге Европы, такие, как Италия и Греция, в меньшей степени Португалия, терпят падение конкурентоспособности вследствие «старения» их туристических продуктов;

* Таблица составлена авторами по материалам источников [6; 13-14] и [7].

- некоторые восточноевропейские страны испытывают трудности с адаптацией сферы туризма к рыночной экономике; кроме того, многие из них обладают нестабильной внутривнутриполитической ситуацией и угрозой этнических конфликтов, что оказывает большое влияние на туристообмен в Европе;

- ряд государств Северной Европы, например, Великобритания, Дания, Норвегия и Швеция, являются очень дорогими для туристов, что неизбежно влияет на их конкурентоспособность;

- растёт популярность стран Северо-Восточной Азии, которые с недавнего времени успешно развивают свою туристическую индустрию.

Необходимо отметить, что если динамика туристических потоков в Европе и Америке за последние 55 лет была близка к среднемировой, то «молодые» туристические регионы – АТР, Ближний Восток и Африка – развиваются быстрее. В отдельные годы темпы прироста туристических прибытий в них выражаются двузначными цифрами. В то же время они менее устойчивы к воздействию, часто негативному, политических и экономических факторов. Периоды устойчивого роста туризма в них сменяются стагнацией и спадами.

За прошедшие десятилетия наиболее динамичным среди «новых» макрорегионов был АТР, в котором средние многолетние темпы роста числа прибытий в 9 раз опережали среднемировые. Они уменьшились только в 1997 – 1998 годах в связи с азиатским финансовым кризисом. Данный макрорегион характеризуется уникальными рекреационными ресурсами и экзотикой, а также довольно высоким уровнем сервиса на фоне гораздо меньших расходов, чем в Европе и Америке.

Как уже отмечалось, Американский регион в настоящее время по количеству прибытий отодвинулся на третье место в мире, уступив АТР, а по доходам от международного туризма он ещё занимает вторую позицию в мировом рейтинге поступлений от этого вида деятельности. Темпы роста прибытий в Американский макрорегион постепенно снижаются, однако это происходит на фоне роста их абсолютных значений. Некоторое уменьшение доли Америки в международных прибытиях и доходах от туризма объясняется не потерей ею привлекательности, а иными факторами:

- более быстрыми темпами развития туристического бизнеса в некоторых других регионах;

- событиями 11 сентября 2001 года в США, которые повлекли значительное сокращение туристопотока в этот регион по сравнению с предыдущими годами;

- специфическими методами борьбы с терроризмом в США, которые также вызвали уменьшение туристопотока в эту страну, играющую ведущую роль в международном туризме Америки;

- неблагоприятной экономической ситуацией в южноамериканских странах, в результате чего число международных туристов там снизилось.

Четвёртое место по числу международных прибытий в 2004 году впервые занял Ближний Восток, который потеснил Африку, долго удерживающую эту позицию. Это произошло, в основном, благодаря увеличению туристопотока в Египет (который территориально относится к Африке). Однако в настоящее время рейтинг Ближневосточного региона очень ненадёжен, так как:

- он не намного обогнал Африку, которая в настоящее время демонстрирует высокие темпы роста и может в ближайшее время восстановить свои позиции;

- на Ближнем Востоке сохраняется нестабильная политическая обстановка, постоянная угроза терроризма, что не способствует прибытию большого числа международных туристов в этот макрорегион.

Что касается Африканского региона, то он в течение прошедших нескольких лет переместился с третьего места на пятое в мировом рейтинге макрорегионов, но темпы роста туристических прибытий здесь постоянно возрастают, хотя абсолютные значения их ещё очень малы.

Шестое (последнее) место среди туристических макрорегионов мира занимала и занимает Южная Азия. На её долю приходится всего лишь 1% прибытий международных туристов. Следует отметить, что этот макрорегион из-за экономической отсталости, межгосударственных и межнациональных обострений политической обстановки не может в настоящее время влиять на мировые показатели туристопотока.

Проанализировав структуру мирового туристического рынка в макрорегиональном разрезе, можно сделать вывод о том, что наметились следующие тенденции:

1. тенденция образования разных туристических макрорегионов в связи с неравномерным распределением международных туристических потоков в разных странах и регионах мира;
2. тенденция постепенного изменения процентной доли отдельных макрорегионов в мировом масштабе (снижение доли Европы и Америки и увеличение доли новых макрорегионов, в частности, АТР);
3. тенденция усиления влияния на показатели международного туризма внешних экономических и политических факторов, и в то же время, способности международного туризма к быстрому восстановлению своих объёмов в благоприятной обстановке.

Существующие закономерности развития туристических макрорегионов позволяют утверждать, что международный туризм может быть прибыльным и выгодным только в странах с уже достаточно высоко развитой экономикой, потому что в основе прогресса общества лежит материальное производство, а не сфера услуг. Как сказал Ж. Каз, теоретик туризма: «Не туризм позволяет стимулировать развитие, а общий экономический уровень страны делает туризм выгодным – в этой области богатство идёт к богатству, а неравенство может только усугубляться» [2; 18].

Подтверждением данного высказывания может быть долгосрочный - до 2020 года - прогноз UNWTO в отношении дальнейшего перераспределения международного туристического потока и доходов от него среди макрорегионов мира.

Согласно данным таблицы 3, в период до 2020 года международные прибытия, по прогнозам UNWTO, должны увеличиться почти в 3 раза – с 565 млн прибытий в 1995 году до 1561 млн в 2020 году, что будет соответствовать средним темпам роста на уровне 4,1% в год.

Таблица 3

Прогнозируемое распределение международных туристических прибытий по регионам*

Макрорегионы	Прибытия в базовом году, млн приб.	Прогнозируемые прибытий, млн. приб.		Средне-годовой темп роста, %	Доля на мировом рынке %
	1995	2010	2020		
Европа	336	527	717	3,1	45,9
АТР	81	195	397	6,5	25,4
Америка	110	190	282	3,8	18,1
Африка	20	47	77	5,5	5,0
Ближний Восток	14	36	69	6,7	4,4
Южная Азия	4	11	19	6,2	1,2
Мир в целом	565	1006	1561	4,1	100,0

*Таблица составлена авторами по материалам источника [9].

UNWTO прогнозирует, что самые высокие годовые темпы роста будут наблюдаться в тех странах, экономика которых находится на этапе бурного развития. Это, прежде всего, касается новых индустриальных стран АТР и Ближнего Востока. Предполагается, что выше средних будут и темпы роста международных туристических прибытий в таких макрорегионах, как Африка и Южная Азия, – на уровне 5,5 – 6,2%. В Европе и Америке показатели роста, наоборот, будут ниже средних (3,1% и 3,8% соответственно), что указывает на достижение устойчивых высоких показателей международных прибытий туристов в абсолютном выражении. Однако, если сравнивать количество международных прибытий в Европу и в АТР, то несмотря на низкие относительные показатели развития туризма в Европейском макрорегионе, в абсолютном выражении они всё равно будут выше, чем в АТР: 717 млн прибытий в Европу против 397 млн прибытий в АТР. Таким образом, Европа по-прежнему останется самым привлекательным для посещения местом, несмотря на то, что её доля на мировом рынке упадёт до 46%.

Страны АТР, согласно прогнозам UNWTO, будут и дальше теснить Америку и прочно займут второе место среди макрорегионов мира. Лидерами *по темпам роста* мирового туризма в ближайшие 10 лет могут стать следующие туристические рынки: Черногория, Индия, Китай, Вьетнам, Ангола, Лаос, Гваделупа, Фиджи и Уганда [1; 101]. Список популярнейших туристических направлений к 2020 году вероятнее всего возглавит Китай, который опередит Францию, прочно удерживающую первенство на протяжении последнего десятилетия [9].

На основе прогнозов UNWTO можно выделить следующие основные тенденции развития мирового туристического рынка:

1. возрастание доли межрегиональных туристических поездок на дальние расстояния (в 1995 году она составляла 17,9%, а к 2020 году может увеличиться до 24,2%) [1; 101], чему будет способствовать удешевление цен на авиаперевозки в связи с активным использованием новой высокоскоростной авиатехники;
2. усиление воздействия на туризм систем компьютерной резервации и электронной информации, особенно Internet;
3. увеличение расходов на туристические поездки более быстрыми темпами по сравнению с другими статьями семейного бюджета за счёт затрат на более качественный отдых;
4. снижение проблемы сезонных колебаний за счёт внедрения маркетинговых мероприятий по её преодолению;
5. усиление влияния на объёмы мирового туристопотока двух групп населения – пожилых людей и молодёжи;
6. более чёткое сегментирование туристического рынка в связи с необходимостью постоянного обновления турпродуктов в соответствии с запросами конкретных групп туристов;
7. возрастание роли качественных показателей состояния окружающей среды в привлечении туристов, особенно в сельских и прибрежных районах;
8. повышение спроса на туристические поездки, связанные с посещением культурных достопримечательностей, а также с активным отдыхом. На смену «трём S»: море – солнце – пляж (Sea – Sun – Sand) постепенно придёт формула «три L»: национальные традиции – пейзаж – досуг (Lore – Landscape – Leisure) [9].

Несмотря на то, что в настоящее время, согласно данным UNWTO [8], в международных туристических обменах принимают участие всего лишь 7% населения Земли, значение международного туризма как ведущей отрасли мировой экономики постоянно возрастает. На основании этого можно утверждать, что в сфере международного туризма существует огромный потенциал для расширения его границ с целью привлечения в туристический бизнес как можно большего количества стран, на что указывают сформулированные в данной статье тенденции развития международного туристического рынка.

Литература:

1. Вавилова Е.В. Основы международного туризма: Учебное пособие. – М.: Гардарики, 2005. – 160 с.
2. Каз Ж. Международный туризм: мираж или стратегия будущего? – М.: ИНИОН АН СССР, 1991. – 26 с.
3. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 320 с.
4. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. – Чернівці: Книги – XXI, 2003. – 320 с.
5. Ракаджийска С., Маринов С. Туристически пазари. – Варна: Издателска къща «Стено», 2005. – 192 с. (на болг. языке).
6. Экономика и организация туризма. Международный туризм/под ред. И.А.Рябовой, Ю.В.Забаева, Е.Л.Драчёвой. – М.: КНОРУС, 2005. – 576 с.
7. WTO. Current Travel and Tourism Indicators. – Madrid, 1990, №4.
8. Tourism Indicators // www.world-tourism.org, 21.05.2007.
9. Tourism 2020 Vision // www.world-tourism.org, 21.05.2007 .

Резюме

Актуальність даної статті полягає в виявленні основних тенденцій розвитку світового туристичного ринку та його окремих макрорегіонів. Авторами роботи проведено аналіз досліджень і публікацій українських, російських, французьких та болгарських вчених з проблем розвитку міжнародного туризму. Висновки статті базуються на вивченні статистичних даних про розвиток міжнародного туризму протягом останніх 55 років.

Рецензент – д.е.н., професор кафедри економіки та управління туризмом ОДЕУ Гродзинська І.О.